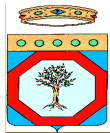




LEADER +



REGIONE  
PUGLIA



G.A.L. "Luoghi del  
Mito"



UNIONE  
EUROPEA

## **Programma di Iniziativa Comunitaria LEADER +**

**ASSE II: "Sostegno alla cooperazione tra territori rurali"**

**Misura II.2 "Cooperazione trans-nazionale"**

### ***Progetto***

**"La rete internazionale degli show rooms nelle  
aree rurali"**

## TITOLO DEL PROGETTO DI COOPERAZIONE

**La rete internazionale degli show room nelle aree rurali**

### CONTATTI

nome completo del GAL capofila: **GAL Luoghi del Mito**

nome del presidente: **Paolo Nigro**

nome della persona da contattare: **Daniel Dal Corso**

indirizzo: P.zza XX Settembre c/o Palazzo Municipale 74017 Mottola (TA)

Tel. 099-8866021; Tel. 099-888865296 Fax 099-8868511;

posta elettronica: paolonigro@tin.it, [info@luoghidelmito.it](mailto:info@luoghidelmito.it), danieldalcorso@hotmail.com

#### **Organismo responsabile del programma locale (Autorità di Gestione)**

Regione Puglia – Assessorato Bilancio e Programmazione

indirizzo: c/o Area di coordinamento politiche comunitarie, Lungomare N. Sauro n. 33, Bari

telefono: 080-5405165 fax: 080-5406168

posta elettronica: areapolcom@regione.puglia.it

Referente: Dott. Cosimo R. Sallustio, e-mail, [csallustio@regione.puglia.it](mailto:csallustio@regione.puglia.it), tel. 080-5405196

nome completo del **Partner N 1 GAL Terre del Primitivo**

nome del presidente: **Ernesto Soloperto**

nome della persona da contattare: **Luigi Lanzo**

indirizzo Via XX Settembre Palazzo Resta, 74024 Manduria (TA)

telefono/fax : 099-9737871 Fax 099-9737871

posta elettronica: [info@galterredelprimitivo.it](mailto:info@galterredelprimitivo.it)

#### **Organismo responsabile del programma locale (Autorità di Gestione)**

Regione Puglia – Assessorato Bilancio e Programmazione

indirizzo: c/o Area di coordinamento politiche comunitarie, Lungomare N. Sauro n. 33, Bari

telefono: 080-5405165 fax: 080-5406168

posta elettronica: areapolcom@regione.puglia.it

Referente: Dott. Cosimo R. Sallustio, e-mail, [csallustio@regione.puglia.it](mailto:csallustio@regione.puglia.it), tel. 080-5405196

nome completo del **Partner N 2 GAL Alto Salento srl**

nome del presidente **Cosimo Putignano**

nome della persona da contattare: **Isabella Taliente:**

indirizzo Via Cattedrale n.11 – 72017 Ostuni (BR)

telefono/fax 0831/303998

posta elettronica [altosalento@libero.it](mailto:altosalento@libero.it), [info@galaltosalento.it](mailto:info@galaltosalento.it)

#### **Organismo responsabile del programma locale (Autorità di Gestione)**

Regione Puglia – Assessorato Bilancio e Programmazione

indirizzo: c/o Area di coordinamento politiche comunitarie, Lungomare N. Sauro n. 33, Bari

telefono: 080-5405165 fax: 080-5406168

posta elettronica: areapolcom@regione.puglia.it

Referente: Dott. Cosimo R. Sallustio, e-mail, [csallustio@regione.puglia.it](mailto:csallustio@regione.puglia.it), tel. 080-5405196

nome completo del **Partner N 3 LAG Leader+ Sjuhärad (SE)**

nome del presidente: Jan-Åke Sjökvist

nome della persona da contattare: Per Andersson

indirizzo: BOX 5001, 514 05, LÄNGHEM

e-mail: [per@leader-sjuharad.com](mailto:per@leader-sjuharad.com)

telephone: +46 325 40284

#### **Organismo responsabile del programma locale (Autorità di Gestione)**

Elisabet OLOFSSON

Managing Authority

Glesbygdsverket

Samuel Permans gata 2  
S - 831 30 Östersund  
T:+46 63 57 67 25  
F: +46 63 57 67 99  
Elisabet.olofsson@glesbygdsverket.se

## DESCRIZIONE DEL PROGETTO

### Obiettivi del progetto e attività principali

Il progetto di cooperazione "**La rete internazionale degli show room nelle aree rurali**" nasce da una strategia collettiva finalizzata alla valorizzazione delle risorse locali, condivisa dai tre GAL pugliesi (GAL Luoghi del Mito, GAL Alto Salento e GAL Terre del Primitivo) e da un GAL nord europeo: il GAL svedese Sjuhäräd.

Il progetto, trae origine dalle iniziative di partenariato avviate dal GAL Luoghi del Mito e il GAL svedese.

In particolare, il capofila "Luoghi del Mito" ha incontrato in Svezia nel mese di gennaio (8-12 gennaio 2006), il responsabile della "Unità di animazione svedese Leader+", il direttore dell'Istituto per il commercio estero, il direttore della Camera di Commercio per l'Italia ed il responsabile dell'associazione svedese "LRF" che rappresenta gli operatori agricoli in Svezia.

L'incontro transnazionale, ha rappresentato l'occasione per presentare ai rappresentanti delle istituzioni italiane in Svezia (Camera di Commercio, ICE), agli operatori locali (Associazione svedese "LRF") e al referente della Rete Leader+ svedese, l'idea progettuale sviluppata dai tre GAL pugliesi e mostrare, attraverso la distribuzione di depliant e brochures, le caratteristiche e le particolarità del territorio pugliese. Il referente della "Unità svedese Leader+" ha favorito la "ricerca del partner progettuale" tramite l'individuazione del GAL svedese Sjuhäräd che si è mostrato favorevole a cooperare con i GAL pugliesi al progetto "**La rete internazionale degli show room nelle aree rurali**".

L'obiettivo principale del progetto di cooperazione transnazionale è la *realizzazione di una rete di "luoghi di incontro" internazionali (show room), per la divulgazione e l'incontro delle culture rurali e l'interscambio di prodotti tipici, per la divulgazione della diverse culture contadine dei loro prodotti e dei mestieri.*

E' bene sottolineare che, la finalità dei GAL non si esaurisce nella "creazione di nuovi sbocchi commerciali per produzioni locali tipiche e di qualità mediante azioni promozionali comuni", bensì comporta implicazioni più ampie riguardanti la realizzazione di prodotti e servizi comuni.

Si tratta, infatti, di instaurare una forma di collaborazione transnazionale che, attraverso l'organizzazione di circuiti locali e transnazionali di promozione territoriale collegata alla produzione locali tipiche, favorisce la partecipazione attiva e l'organizzazione in rete degli operatori locali.

Organizzare circuiti locali e transnazionali di promozione territoriale vuol dire individuare e predisporre punti di raccolta e/o show room con la collaborazione di strutture locali già esistenti.

Più specificatamente, il progetto è orientato alla *promozione dei prodotti locali attraverso una catena di vetrine materiali (show room e stand) allestiti anche con la collaborazione organizzazioni già operanti nel settore (ICE, Camere di commercio, od altro) nonché vetrine virtuali (portali web, banche dati on line)*

Tra gli obiettivi dell'idea progettuale, pertanto, non vi è soltanto lo sviluppo delle capacità commerciali delle aziende agroalimentari delle aree leader coinvolte. Il progetto permette di approfondire e trasmettere le conoscenze delle potenzialità territoriali e fortificare il senso di identità e riconoscibilità di ciascun territorio coinvolto. Esso mira, infatti, ad attuare una serie di attività di promozione e valorizzazione della *qualità* dei territori rurali, per renderli maggiormente visibili ed apprezzabili al turismo nazionale e internazionale. Le azioni previste riguardano la promozione di tutti gli elementi di "caratterizzazione locale" del territorio di riferimento, a partire dai prodotti tipici di qualità.

Si tratta di creare un quadro organizzativo internazionale che permetta agli operatori locali (PMI, organizzazioni, ecc) di cooperare tra loro attraverso scambio di conoscenze, know-how, attraverso la creazione di un sempre maggiore giro di potenziali clienti, nonché tramite la realizzazione di un sistema virtuoso di sostenibilità economica mediante la commercializzazione di "proposte di accoglienza" con finalità turistico- gastronomica-ambientale.

Le attività necessarie a conseguire gli obiettivi del progetto consistono, prioritariamente, nel coinvolgimento, da parte di ciascun GAL, di piccoli produttori e operatori locali per l'individuazione e lo sviluppo di un "paniere" dei prodotti locali tipici (agroalimentari, artigianali) e promuoverne l'ingresso in canali commerciali nuovi.

Dal punto di vista operativo, il progetto di cooperazione "**La rete internazionale degli show room nelle**

**aree rurali**" individua un obiettivo generale finalizzato alla **valorizzazione dei prodotti tipici e promozione di processi di integrazione commerciale attraverso la realizzazione di show room Nord/Sud Europa**, e tre obiettivi specifici necessari all'attuazione del progetto. In particolare, si prevede un obiettivo specifico che riguarda il management del progetto: "OS0 – Coordinamento tecnico e amministrativo e preparazione del progetto" e due obiettivi più operativi che riguardano l'identificazione del paniere dei prodotti tipici d'area e individuazione/realizzazione degli show room (OS1) e la promozione territoriale comune attraverso la realizzazione di servizi comuni (OS2).

### **OS0 Management del progetto**

Coordinamento tecnico e amministrativo e preparazione del progetto

### **OS1 Identificazione del paniere dei prodotti tipici d'area e individuazione/realizzazione degli show room**

*1.1 Attività di networking per facilitare l'attuazione del progetto e definire gli steps progettuali.*

Si prevede l'organizzazione di 3 incontri congiunti: il primo incontro per concordare l'avvio del progetto e definire le attività di studio previste nel progetto (Possibile data: Grosseto, 14-18 febbraio 2006, Seminario europeo sulla valorizzazione dei prodotti locali, organizzato dalla Commissione europea – Contact Point).

Il secondo incontro per valutare i risultati degli studi di mercato e per condividere un Piano comune per il lancio e la promozione dei prodotti locali tipici in tutti i territori che fanno parte della rete. Il terzo per la condivisione e validazione del disciplinare di commercializzazione e per definire l'immagine coordinata degli show room.

*1.2 Realizzazione di studio preliminare per definire il contesto del progetto transnazionale;*

Si prevede la realizzazione di uno studio preliminare per definire il contesto del progetto transnazionale e le potenzialità in termini di complementarietà e sinergie tra i GAL coinvolti

*1.3 Realizzazione di studi di mercato; identificazione del paniere dei prodotti d'area ed elaborazione di un Piano di promozione comune*

Ogni GAL realizzerà uno studio di mercato per valutare l'impatto economico dell'iniziativa sul proprio territorio e provvederà ad effettuare il censimento e l'identificazione dei prodotti agroalimentari tradizionali, di prodotti artigianali di qualità con caratterizzazione territoriale nonché di prodotti turistici. Verrà elaborato un Piano di promozione comune comprende anche la presentazione del progetto negli ambienti dei rappresentanti del mondo rurale, la progettazione e coordinamento delle "immagini" delle varie componenti del progetto.

*1.4 Definizione del relativo disciplinare di commercializzazione (requisiti che devono rispettare le aziende per partecipare all'iniziativa) ed elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room.*

Coordinati dal capofila, i GAL contribuiranno alla definizione del disciplinare di commercializzazione e all'elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room.

*1.5 Individuazione/realizzazione di punti espositivi permanenti/show room (uno per ogni GAL)*

Ciascun GAL dovrà individuare, insieme agli operatori aderenti al progetto, punti espositivi stabili/show room (c/o agriturismi, centri commerciali naturali, musei, ICE, Camere di Commercio, CNA). Tali spazi espositivi ospiteranno anche i prodotti degli altri GAL partecipanti. Si tratta di infrastrutture e logistiche in grado di supportare, in modo permanente le politiche, comuni anche a più GAL di promozione e commercializzazione delle offerte del mondo rurale e creare eventualmente le basi per un futuro e-commerce. Per l'attuazione dell'azione 1.5 (azione pilota), i GAL pugliesi, tramite procedura di evidenza pubblica (bando), selezioneranno i soggetti interessati alla realizzazione degli show room.

### **OS2 Promozione territoriale comune attraverso la realizzazione di servizi comuni**

*2.1 Realizzazione e pubblicazione materiale informativo e divulgativo.*

Pubblicazione di depliant, brochures, catalogo degli show room

*2.2 Iniziative di informazione e divulgazione*

Ogni GAL organizzerà presso i propri show room un momento di informazione e divulgazione al fine di migliorare la conoscenza dei prodotti del territorio e di diffondere la cultura locale legata ai prodotti stessi (dimostrazioni, degustazioni, seminari, ecc).

*2.3 Iniziative di promozione e "commercializzazione on line"*

Si prevede di realizzare un portale unico per la promozione dei GAL coinvolti coordinato dal GAL capofila. Sarà attivato anche un servizio di coordinamento on line delle offerte e delle agenzie turistiche per la realizzazione di una rete turistico-rurale.

*2.4 Evento finale sui risultati di breve e lungo periodo del progetto di cooperazione transnazionale*

Organizzazione e partecipazione ad un convegno finale collettivo all'interno di una manifestazione fieristica.

## Risultati attesi

Obiettivi specifici	Attività	Descrizione attività	Risultati	Beneficiari
OS0	Management del progetto	Coordinamento tecnico e amministrativo; preparazione del progetto	Gestione del progetto	Gal Luoghi del Mito
OS1	1.1 Attività di networking	L'attività di networking vede la partecipazione di tutti i rappresentanti dei GAL per facilitare l'attuazione del progetto e definire gli steps progettuali. Si prevede l'organizzazione di 3 incontri congiunti: 1. Incontro per concordare l'avvio del progetto e definire le attività di studio previste nel progetto (Possibile data: Grosseto, 14 febbraio 2006, Seminario europeo sulla valorizzazione dei prodotti locali, organizzato dalla Commissione europea – Contact Point). 2. Incontro per valutare i risultati degli studi di mercato e per condividere il Piano comune per il lancio e la promozione dei prodotti locali tipici in tutti i territori che fanno parte della rete. 3. Incontro per la condivisione e validazione del disciplinare di commercializzazione e per l'immagine coordinata degli show room.	Realizzazione di n.3 incontri/network	GAL partecipanti
	1.2 Realizzazione di studio preliminare per definire il contesto del progetto transnazionale;	Studio preliminare per definire il contesto del progetto transnazionale e le potenzialità in termini di complementarità e sinergie tra i GAL coinvolti	1 Studio/Analisi	GAL partecipanti
	1.3 Realizzazione di studi di mercato; identificazione del paniere dei prodotti d'area ed elaborazione di un Piano di comune per il lancio e la promozione dei prodotti locali tipici in tutti i territori che fanno parte della rete	Ogni GAL realizzerà uno studio di mercato per valutare l'impatto economico dell'iniziativa sul proprio territorio e provvederà ad effettuare il censimento e l'identificazione dei prodotti agroalimentari tradizionali, di prodotti artigianali di qualità con caratterizzazione territoriale nonché di prodotti turistici. Il Piano di promozione comune comprende anche la presentazione del progetto negli ambienti dei rappresentanti del mondo rurale, la progettazione e coordinamento delle "immagini" delle varie componenti del progetto.	4 studi di mercato; identificazione del paniere; 1 piano di promozione comune	GAL partecipanti e operatori locali
	1.4 Definizione del relativo disciplinare di commercializzazione (requisiti che devono rispettare le aziende per partecipare all'iniziativa); Elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room	I GAL, coordinati dal capofila, contribuiranno alla definizione del disciplinare di commercializzazione e all'elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room.	N°1 Disciplinare, Immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room	GAL partecipanti e operatori locali
	1.5 Individuazione/realizzazione di punti espositivi permanenti/show room (uno per ogni GAL)	Ciascun GAL dovrà individuare, insieme agli operatori aderenti al progetto, punti espositivi stabili/show room (c/o agriturismi, centri commerciali naturali, musei, ICE, Camere di Commercio, CNA). Tali spazi espositivi ospiteranno anche i prodotti degli altri GAL partecipanti. Si tratta di infrastrutture e logistiche in grado di supportare, in modo permanente le politiche, comuni anche a più GAL di promozione e commercializzazione delle offerte del mondo rurale e creare eventualmente le basi per un futuro e-commerce. Per l'attuazione dell'azione 1.5 (azione pilota), i GAL pugliesi, tramite bando, selezioneranno i soggetti interessati alla realizzazione degli show room.	4 show room	GAL partecipanti e operatori locali

OS2	2.1 Realizzazione e pubblicazione materiale informativo e divulgativo.	Realizzazione e pubblicazione materiale informativo e divulgativo.	Pubblicazione di depliant, brochures, catalogo degli show room	Tutti i partner
	2.2 Iniziative di informazione e divulgazione	Ogni GAL organizzerà presso i propri show room un momento di informazione e divulgazione al fine di migliorare la conoscenza dei prodotti del territorio e di diffondere la cultura locale legata ai prodotti stessi (dimostrazioni, degustazioni, seminari, ecc).	Un'iniziativa per ogni GAL/show room)	Tutti i partner
	2.3 Iniziative di promozione e "commercializzazione on line"	Portale unico per la promozione dei GAL coinvolti coordinato dal GAL capofila. Sarà attivato anche un servizio di coordinamento on line delle offerte e delle agenzie turistiche per la realizzazione di una rete turistico-rurale.	Impiego di nuove tecnologie dell'informazione e per la promozione dei prodotti (allestimento e aggiornamento portale web, servizio di coordinamento delle offerte turistiche).	Tutti i partner
	2.4 Evento finale sui risultati di breve e lungo periodo del progetto di cooperazione transnazionale	1 convegno finale collettivo all'interno di una manifestazione fieristica	1 convegno finale all'interno di una manifestazione fieristica	Tutti i partner

### **Impostazione, metodi e procedura di attuazione del progetto**

*Descrivere l'impostazione, metodi e procedura di attuazione del progetto per il quale si richiede un finanziamento*

Il progetto è articolato in azioni orizzontali, ovvero comuni all'intero partenariato e azioni verticali, progetti pilota, che attengono esclusivamente ai GAL.

Pertanto, da un punto di vista finanziario, ogni GAL contribuirà "pro quota" alle azioni orizzontali, mentre per i progetti pilota il costo a carico di ogni GAL sarà variabile a seconda delle esigenze connesse alle attività programmate da ciascun GAL.

Il progetto pilota va individuato all'interno dell'Obiettivo specifico (OS1) "Identificazione del paniere dei prodotti tipici d'area ed individuazione/realizzazione degli show room" - Attività/Azione 1.5 "Individuazione/realizzazione di punti espositivi permanenti/show room". Per l'attuazione del progetto pilota, i GAL pugliesi provvederanno, tramite bando pubblico, a selezionare soggetti interessati alla realizzazione dello show room.

Da un punto di vista gestionale, al fine di garantire il raggiungimento di tutti i risultati progettuali, viene individuato un GAL capofila del progetto, ovvero il GAL Luoghi del Mito, che si occuperà della preparazione del progetto e del coordinamento tecnico, amministrativo e finanziario. Il Capofila sarà affiancato da un Management Board, costituito da un rappresentante per GAL, che si dovrà riunire almeno due volte l'anno per verificare l'andamento del progetto e pianificarne le attività, nonché superare eventuali problematiche.

## Ruolo di ciascun Partner

Attività	Risultati	Ruolo di ciascun partner
Management del progetto: Coordinamento tecnico e amministrativo; preparazione del progetto	Gestione del progetto	Coordinamento a cura del GAL capofila
1.1 Attività di networking:	Realizzazione di n.3 incontri	L'attività di networking vede la partecipazione di tutti i rappresentanti dei GAL per facilitare l'attuazione del progetto e definire gli steps progettuali. Si prevede l'organizzazione di 3 incontri congiunti: 1. Incontro per concordare l'avvio del progetto e definire le attività di studio previste nel progetto (Possibile data: Grosseto, 14 febbraio 2006, Seminario europeo sulla valorizzazione dei prodotti locali, organizzato dalla Commissione europea – Contact Point). 2. Incontro per valutare i risultati degli studi di mercato e per condividere il Piano comune per il lancio e la promozione dei prodotti locali tipici in tutti i territori che fanno parte della rete. 3. Incontro per la condivisione e validazione del disciplinare di commercializzazione e per l'immagine coordinata degli show room.
1.2 Realizzazione di studio preliminare per definire il contesto del progetto transnazionale;	1 Studio/Analisi	Coordinato dal GAL capofila con i contributi di ciascun GAL
1.3 Realizzazione di studi di mercato; identificazione del paniere dei prodotti d'area ed elaborazione di un Piano di comune per il lancio e la promozione dei prodotti locali tipici in tutti i territori che fanno parte della rete	4 studi di mercato; identificazione del paniere; 1 piano di promozione comune	Ogni GAL realizzerà uno studio di mercato per valutare l'impatto economico dell'iniziativa sul proprio territorio e provvederà ad effettuare il censimento e l'identificazione dei prodotti agroalimentari tradizionali, di prodotti artigianali di qualità con caratterizzazione territoriale nonché di prodotti turistici. Il Piano di promozione comune comprende anche la presentazione del progetto negli ambienti dei rappresentanti del mondo rurale, la progettazione e coordinamento delle "immagini" delle varie componenti del progetto.
1.4 Definizione del relativo disciplinare di commercializzazione (requisiti che devono rispettare le aziende per partecipare all'iniziativa); Elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room	N°1 Disciplinare, Immagine coordinata (progetto grafico/logo)	I GAL, coordinati dal capofila, contribuiranno alla definizione del disciplinare di commercializzazione e all'elaborazione di una immagine coordinata (progetto grafico/logo) degli show room.

1.5 Individuazione/realizzazione di punti espositivi permanenti/show room (uno per ogni GAL)	4 show room	Ciascun GAL dovrà individuare, insieme agli operatori aderenti al progetto, punti espositivi stabili/show room (c/o agriturismi, centri commerciali naturali, musei, ICE, Camere di Commercio, CNA). Tali spazi espositivi ospiteranno anche i prodotti degli altri GAL partecipanti. Si tratta di infrastrutture e logistiche in grado di supportare, in modo permanente le politiche, comuni anche a più GAL di promozione e commercializzazione delle offerte del mondo rurale e creare eventualmente le basi per un futuro e-commerce. Per l'attuazione dell'azione 1.5 (azione pilota), i GAL pugliesi, tramite bando, selezioneranno i soggetti interessati alla realizzazione degli show room
2.1 Realizzazione e pubblicazione materiale informativo e divulgativo.	Pubblicazione di depliant, brochures, catalogo degli show room	Tutti i partner
2.2 Iniziative di informazione e divulgazione	Un'iniziativa per ogni GAL/show room)	Ogni GAL organizzerà presso i propri show room un momento di informazione e divulgazione al fine di migliorare la conoscenza dei prodotti del territorio e di diffondere la cultura locale legata ai prodotti stessi (dimostrazioni, degustazioni, seminari, ecc).
2.3 Iniziative di promozione e "commercializzazione on line"	Impiego di nuove tecnologie dell'informazione per la promozione dei prodotti (allestimento e aggiornamento portale web, servizio di coordinamento delle offerte turistiche).	Portale unico per la promozione dei GAL coinvolti coordinato dal GAL capofila. Sarà attivato anche un servizio di coordinamento on line delle offerte e delle agenzie turistiche per la realizzazione di una rete turistico-rurale.
2.4 Evento finale sui risultati di breve e lungo periodo del progetto di cooperazione transnazionale	1 convegno finale collettivo all'interno di una manifestazione fieristica	Tutti i partner

### PIANO FINANZIARIO DEL PROGETTO

Programma Leader + o altro programma	Attività previste	costo totale	Finanziamento programma Leader +			
			Feoga comunitario	Pubblico	privato	altro
	costi di animazione/coordinamento	46.000	30.000	10.000	6.000	4690
	altri costi condivisi	140.331	101.853	28.284	10.194	
	altri costi non condivisi	292.000	176.146	34.715	81.139	
	<b>Totale</b>	<b>478.331</b>	<b>307.999</b>	<b>73.000</b>	<b>97.333</b>	<b>4.690</b>